

「ブランド再構築と地方創生」

～老舗酒蔵とグローバルビジネス～

永井酒造株式会社 代表取締役社長 永井則吉

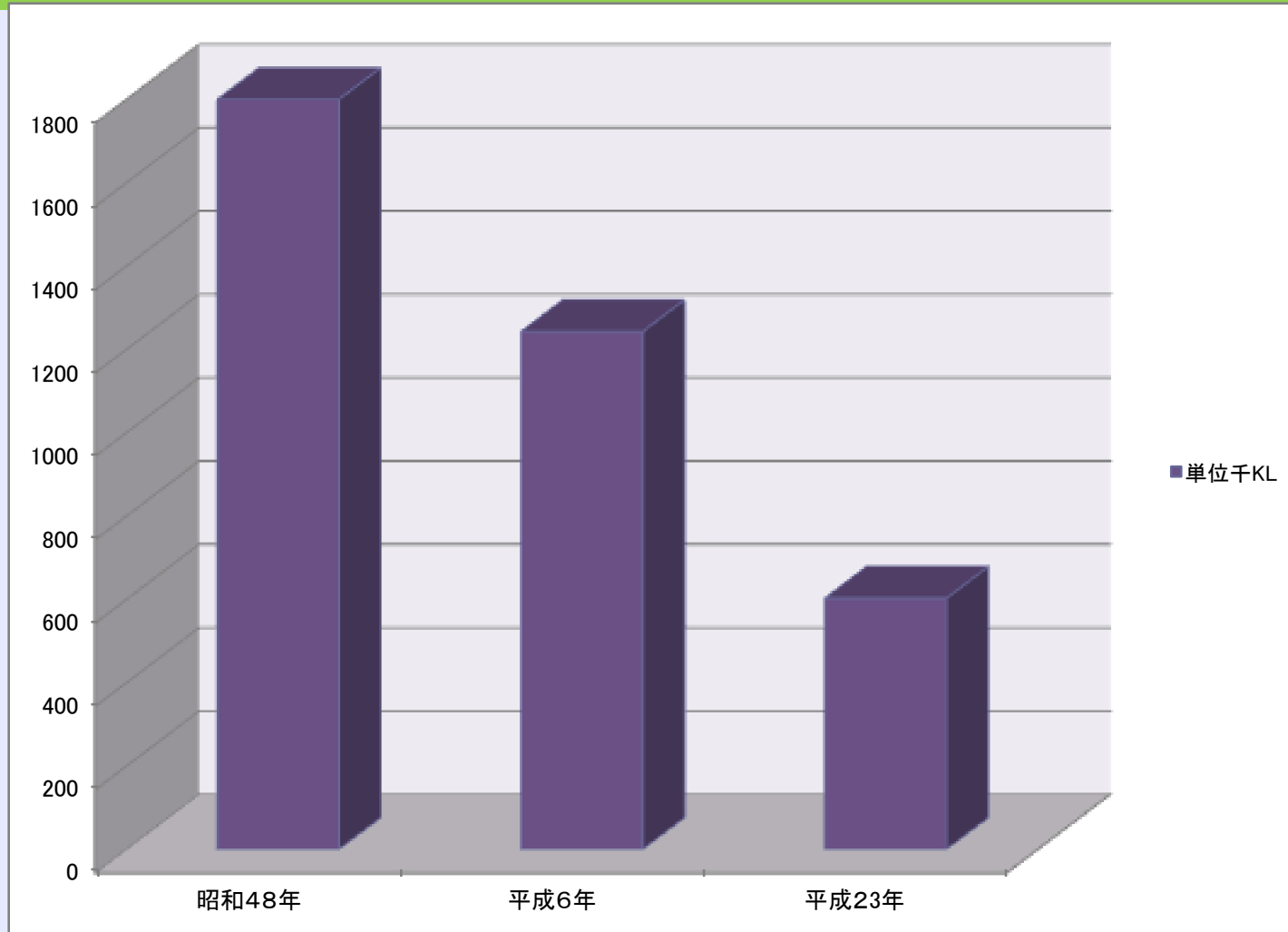


◆ 目次

- 1、日本酒業界の現状
- 2、これまでの弊社の取組
- 3、哲学・ビジョン経営の重要性
- 4、グローバルマーケティングへの挑戦
- 5、川場村の過去・現在・未来
- 6、グローバル企業を目指して

日本酒業界の現状

全国清酒課税移出数量の推移



日本酒業界の現状①

日本酒の国内市場は、昭和48年をピークとして、年々減少している。規模縮小の原因は、食文化の多様性変化に対しての日本酒としての提案不足。酒類の多様化
高齢社会・人口の減少などが要因。

◆全国の清酒課税移出数量推移「酒のしおり（平成26年3月）」国税庁編

	昭和48年	1.800千KL	
→	平成26年	566千KL	31.4%

日本酒業界の現状②

◆ 日本酒メーカー数の推移

昭和48年以前 4000蔵以上

→ 平成26年 およそ1400蔵（実動は1200蔵）

◆ 日本のアルコール消費に占める割合

平成26年 全アルコール消費 8,838 千KL

清酒566千KL 6.4% 焼酎911千KL 10.3%

ワイン371KL 4.2%

日本酒業界の現状③

**1200社の内トップ10社で
シェア率 52%**

**課税移出100KL未満の蔵元数
全体の70% (約800蔵元)**

2200年で初の時代

◆ 平成4年 **級別廃止**

それまでは、1級酒・2級酒と価格を国が決めていた。

→ **日本酒初の自由競争販売**

これまでの弊社の取組み

永井酒造の歩み

- ◆ **明治19年（1886年）創業**
初代当主 永井庄治が仕込水に出会い酒造りをはじめ
銘 柄：武尊泉（ほたかいずみ）
二代目当主 永井力造
三代目当主 永井鶴二
銘 柄：力鶴（つからつる）武尊の雪（ほたかのゆき）
- ◆ **昭和27年（1952年）会社設立**
- ◆ **平成 4年（1992年）**
「水芭蕉」ブランドを発売開始
- ◆ **平成 6年（1994年）新酒蔵水芭蕉蔵を竣工**
四代目当主 永井すみ子(1996年3月就任)
五代目当主 永井 彰一(1999年3月就任)
六代目当主 永井 則吉(2013年6月就任)



2016年 創業130年を迎える

建築と私①

1992年新酒蔵「水芭蕉蔵」プロジェクトに参画



全国の酒蔵を視察・酒造りの実地



欧州の都市とKawaba

Kawabaから世界へ

建築と私②

建築

Architecture = Art + Technology

酒造り = 5感 + 技



「建築 = 酒造り」

ワインとの出会い

23歳(1995年)のワインの知識が全くない自分
人生の先輩が与えて頂いたチャンス



Domaine de la Romanée-Conti
Montrachet
Grand Cru 1988

ワインの醸造家との出会いと決意



ワインの世界に通用する SAKEで勝負したいと決意

◆1998年シャトークリネ元オーナー、
故ジャン・ミッシェル・アルコート氏来社



◆彼からぶどう作り、
ワイン造りの情熱を受ける

←当時25歳

永井酒造株式会社

永井則吉の歩み

- 1972年 群馬県川場村生まれ
- 1995年 東海大学工学部建築学科卒業 22歳
永井酒造株式会社入社
- DRC1988年モンラッシェとの出会い
- 1996年 **Vintage**研究開始
- 1998年 ジャン・ミッシェルとの出会い・工場長就任
- 2002年 原点回帰
- 2003年 **MIZUBASHO PURE**の開発開始
- 2006年 専務取締役工場長就任・シャンパーニュ地方研修
- 2008年 **MIZUBASHO PURE**発売・Dessert/Vintage PUREの開発開始
- 2011年 東日本大震災・沼田青年会議所理事長
- 2013年 代表取締役社長就任 **Vintage2004**発売
- 2014年 **NAGAI STYLE**完成 **Dessert Sake**発売
- 2016年 一般社団法人awa酒協会設立



哲学・ビジョン経営の重要性

自らを問う

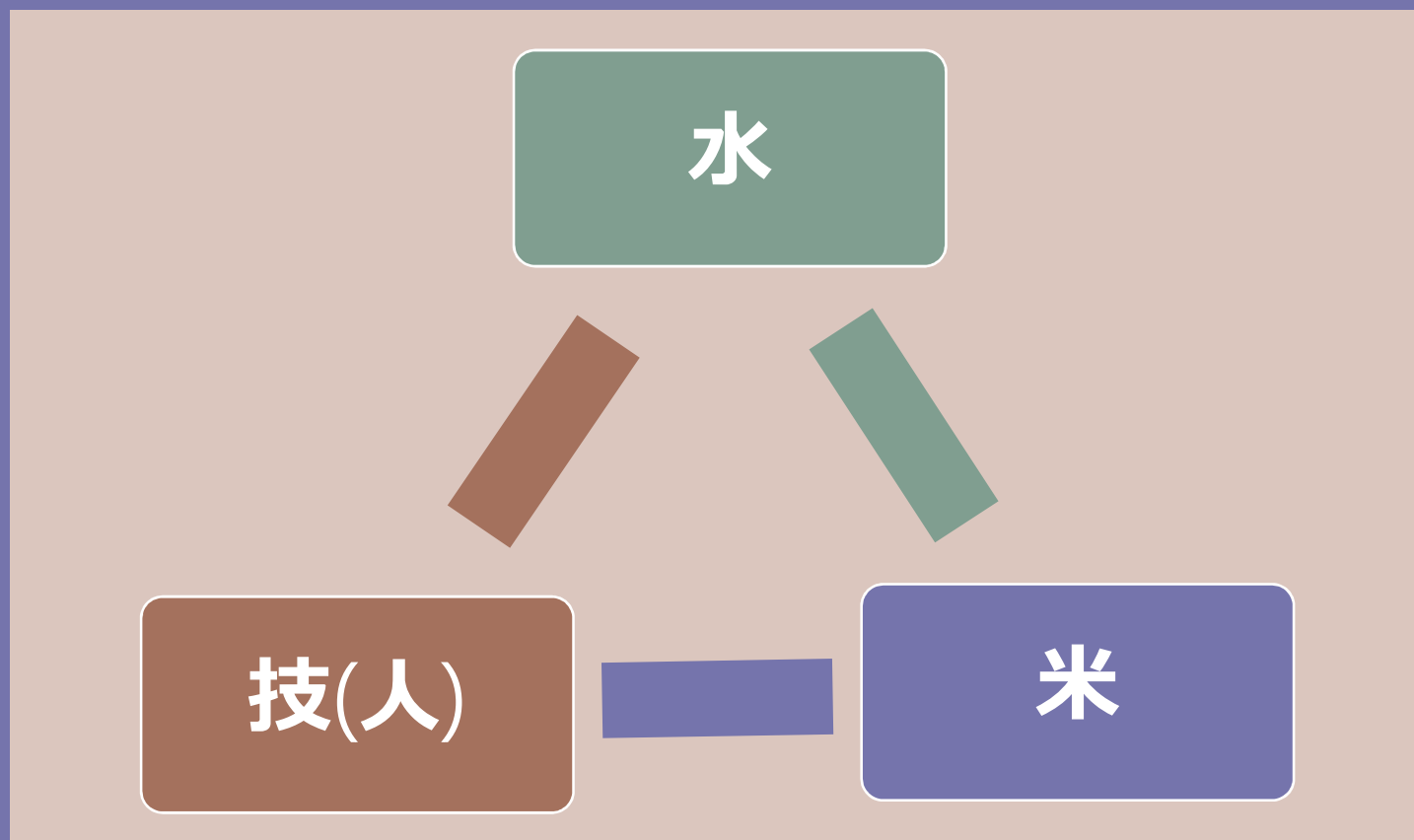
- ◆ **なぜ** 日本酒を醸すのか
- ◆ **なんのために** 日本酒を醸すのか
- ◆ **どこを目指し** 日本酒を醸すのか

▼
ビジョンを明確化する

▼
哲学・ビジョンを磨き上げる

日本酒造りの哲学と三要素との関連

酒造りの哲学



蔵のロケーション



尾瀬国立公園

谷川岳



尾瀬連峰 武尊山

永井酒造の哲学とは

この地の大自然を愛し、自然の恵みに敬意と感謝を持ち、自然美を表現する綺麗な酒造りを目指します。

MIZUBASHO PURE開発から NAGAI STYLEへ ～グローバルマーケティングへの挑戦～



20年の時を経て

1996年 **ワイン**・Vintage Sake**研究開始**



2003年 MIZUBASHO PURE**開発開始**



2008年 PURE**完成**・DESSERT SAKE**開発開始**



2014年 DESSERT SAKE**完成**・NAGAI STYLE**開始**

業界初！ペアリングの提案

AWA SAKE

STILL SAKE

VINTAGE SAKE

DESSERT SAKE



This is NAGAI STYLE



食事とのペアリングを楽しむ

NAGAI STYLEの特徴

- ・ 全てが**米・麴**のみ使用し、伝統的製法
 - ・ **仕込み水が構造**の骨格を形成
 - ・ **食感**が全て異なる
 - ・ デザインの統一性

ポイント

構造と食感のバランスを重視

Awa Sake

MIZUBASHO PUREについて



米SAKEの**乾杯酒**として

ガスボリューム (GV) : 5,5 平均
アルコール度 : 13% ・ 酸度 : 1.3~1.4

本品は、瓶内2次発酵による本格的な発泡性清酒。シャンパンのような強い**酸味**と**甘み**が少ない、そのため**ソフトな味わい**と**きめ細やかなawa**が和洋問わず様々な料理に合う

2007年10月特許第4112607号取得

2008年10月特許第4422195号取得

2012年 3月オーストラリア国際特許取得

今後の展望

シャンパーニュ地方のシャンパン協会のように品質基準・認定制度・原材料・製造工程の基準設定

一般社団法人awa酒協会を

2016年11月設立

2020年東京オリンピック・

オフィシャル乾杯酒を目指す

一般社団法人awa酒協会設立



全国8歳元で設立2016年11月、現在(2017年1月)13歳元に

永井酒造株式会社

NAGAI STYLEの提案



NAGAI STYLEの提案



フランスミシュラン1ツ星
← Agape



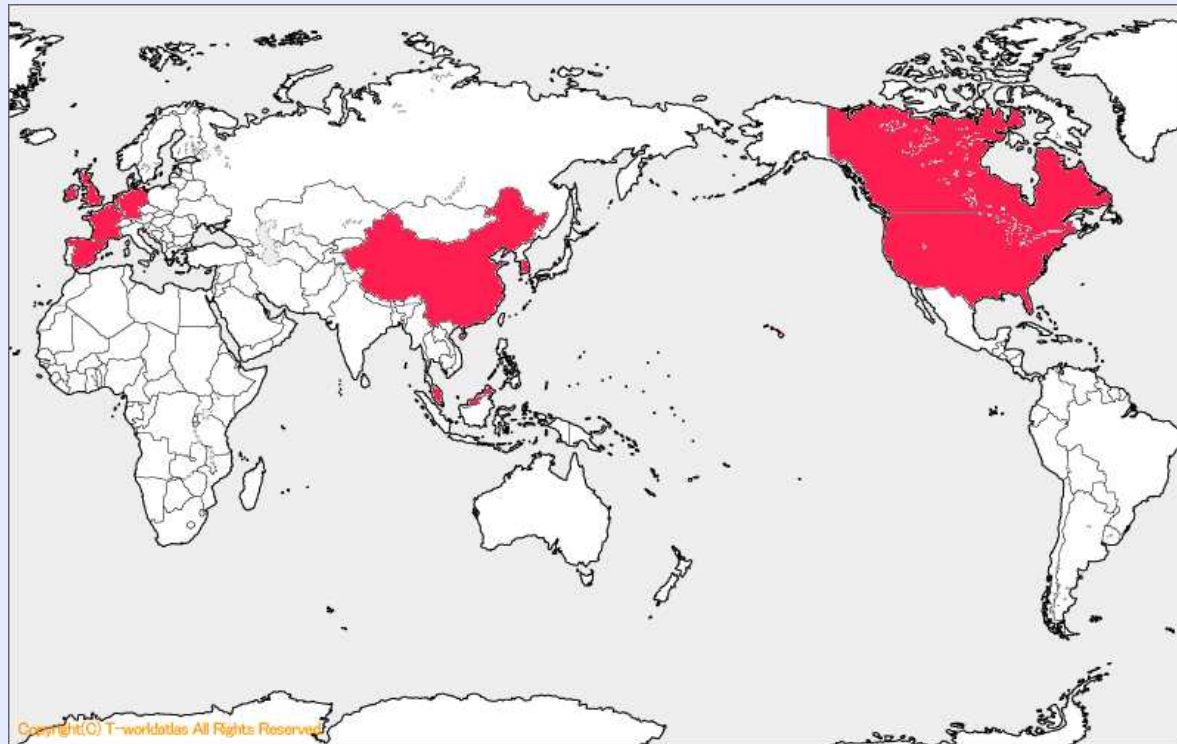
フランスミシュラン2ツ星
← Apicius



現在の輸出先

◆ 海外で日本酒市場拡大の可能性

現在、アメリカ、カナダ、香港、中国、韓国、台湾、シンガポール、タイ、マレーシア、スペイン、イギリス、フランス、ドイツ、ベルギー、オランダ、ニュージーランドなどに輸出しております。（40カ国）



NAGAI STYLE 三ツ星シェフ達の声

- 「一連の商品に一筋の流れと綺麗な美しさを感じる」～徳岡邦夫～
- 「世界のアルコール飲料で初めての食感だった」～フェラン・アドリア～
- 「想像以上に料理のイマジネーションを掻立てる」～アンヌ・ソフィー・ピック～

川場村の過去・現在・未来

50年前（1960年代）の川場村

美しい里山の田園風景が広がっていたが主だった産業がなく、インフラの国道、鉄道、信号整備されてない、群馬県ワーストワンの貧困な村だった。

そこで一人の男が立ち上がった。
彼の名は永井鶴二（父）31歳で全国最年少の川場村長になり「農業プラス観光」の基本方針（哲学とビジョン）を掲げ改革に取り組む

35年前（1980年代）の川場村

美しい里山の田園風景を背景に「農業プラス観光」で一流の農業、環境整備促進。SLホテル、キャンプ場、スキー場を築き観光の拠点にして産業を次々に興していく

35年前 世田谷区との縁組協定を締結。世田谷区第2の故郷として役割を担う。ふるさと公社設立や教育・文化多方面での事業交流が始まる

現在（2016年）の川場村

美しい里山の田園風景を背景に「農業プラス観光」の集大成である田園プラザ川場を20年前に立ち上げて以来、毎年増収増益。

昨年度来場者180万人、売上高18億円

田園プラザ川場を村の拠点にしながら森林事業や文化や食を中心にグローバルブランディングを目指す。

現在の取組

1,群馬大学と川場村の包括協定を締結

2,GLLPインターンシップ開催

ぐんまグローバル・リーダーシップ・プログラム (GLLP)

群馬大学・東京大学・立教大学の学生がインターンで村を活性化

3,河波 (Kawaba)寺子屋塾開始

10年後(2025年)の川場村

いつまでも美しい里山の田園風景が広がり
世界から憧れの地として、3000人の村に
300万の人々が国内外から訪れる
日本人の理想郷の川場村

様々な人種や年齢の壁を越えて
交流が深まり、その輪が世界に広がる
心からの安らぎと大自然からの
活力を与える「場」 = 川場村

10年後(2025年)の永井酒造

水芭蕉や谷川岳を通じて、日本酒・川場村ラバーが集い、NAGAI STYLEを通じての世界のシェフ達や人々との交流
ヴィンテージサケやスパークリングサケの定義の先駆者
として世界中の注目を集める

蔵前の田んぼを全て契約し、川場村のお米で日本酒造りが本格化。田植えには、千人以上の人々が参加して、地元の人と共に環境をつくり出していく

日本人が**伝承してきた大切な自然や文化、人々との絆**
それらを再発見し、日本人としての生き様を感じる
「場」 = 永井酒造

グローバル企業を目指して

これからのキーワード①

かつて日本の地域の農家と酒蔵には
人・モノ・情報が集まり**地域の拠点**であった
そして**文化**を発信していた



酒蔵ツーリズムなどを通じて地域の拠点作り、
かつての**場づくり**を**一次産業発展**と共に取り戻す

一次産業と観光産業の発展がキー

これからのキーワード②

足元にある偉大な「自然・文化」に視点移す
日本の「自然・文化」は世界最高水準



伝えいくのは酒蔵の役割である

日本人としての誇りを取り戻す

これからのキーワード③

日本人は単一民族で米を主食として来た



DNAにコメ文化が存在



日本酒のブレイカーの存在
楽しさ・美味しさの経験の「場」
共感する仲間づくりと学びの「場」

私の酒造りとは

◆2200年以上かけ造り上げた日本酒

◆大自然の素晴らしさ

◆食文化の多彩さ・繊細さ



日本の地域（ローカル）の
自然・歴史・文化・人たちの営みと
心を**凝縮**させること

川場村から世界へ

川場に軸を置き・酒造りを通じて
世界の人・場所・文化を
繋げていく



地域の元気と
未来の**子供たち**のために！！

ご清聴ありがとうございました



川場村 1月5日撮影